AXA ITALIA

CORPORATE RESPONSIBILITY 2016

#BetterLives

“Vogliamo diventare partner delle persone per aiutarle a vivere meglio”

PATRICK COHEN
CEO AXA ITALIA

Le assicurazioni stanno attraversando un periodo di grande trasformazione. Dobbiamo innovare e cambiare le regole del gioco avvicinandoci ai bisogni dei nostri clienti per aiutarli a vivere meglio.

Questo vuol dire passare da payer a partner, ovvero trasformarci da liquidatori di sinistri in momenti puntuali, in partner dei clienti e della società nella vita di tutti i giorni. Come? Proteggendo i nostri clienti dai rischi tradizionali e da quelli nuovi, rendendo la loro vita più semplice per permettergli di realizzare le proprie ambizioni e vivere la vita al massimo.

Abbiamo la grande opportunità di farlo. Ogni giorno i collaboratori di AXA Italia fanno la differenza nella vita dei nostri clienti grazie al loro impegno, che trovate raccontato in queste pagine. Possiamo raggiungere gli ambiziosi obiettivi che ci siamo dati.

Sono le stesse persone che dedicano il loro tempo ad AXA Cuori in Azione, l’associazione di volontariato aziendale di AXA Italia di cui sono orgogliosamente presidente, che supporta le associazioni non profit locali e le persone in difficoltà con progetti concreti di inclusione sociale.

Tutto questo fa parte del nuovo ruolo sociale che abbiamo come assicuratori. Quando i miei figli mi chiedono che lavoro faccia, sono felice di raccontargli che lavoro per una compagnia che ha la missione di migliorare la vita delle persone.

Per questo abbiamo riassunto il titolo di questo report con un semplice ma significativo hashtag: **#BetterLives**.

MISSION

FOCUS

Continuare a crescere restando solidi e competitivi

TRANSFORM

Creare una nuova esperienza per il cliente

Sommario

09 AXA

10 Il Gruppo AXA
16 Il Gruppo AXA Italia
20 La Governance e gli indici di sostenibilità

31 FOCUS

32 Thought Leadership
38 AXA Cuori in Azione
43 Il valore della diversità

45 TRANSFORM

45 Una nuova customer experience
51 Adattare le “capabilities”
59 Una Compagnia innovativa

AXA

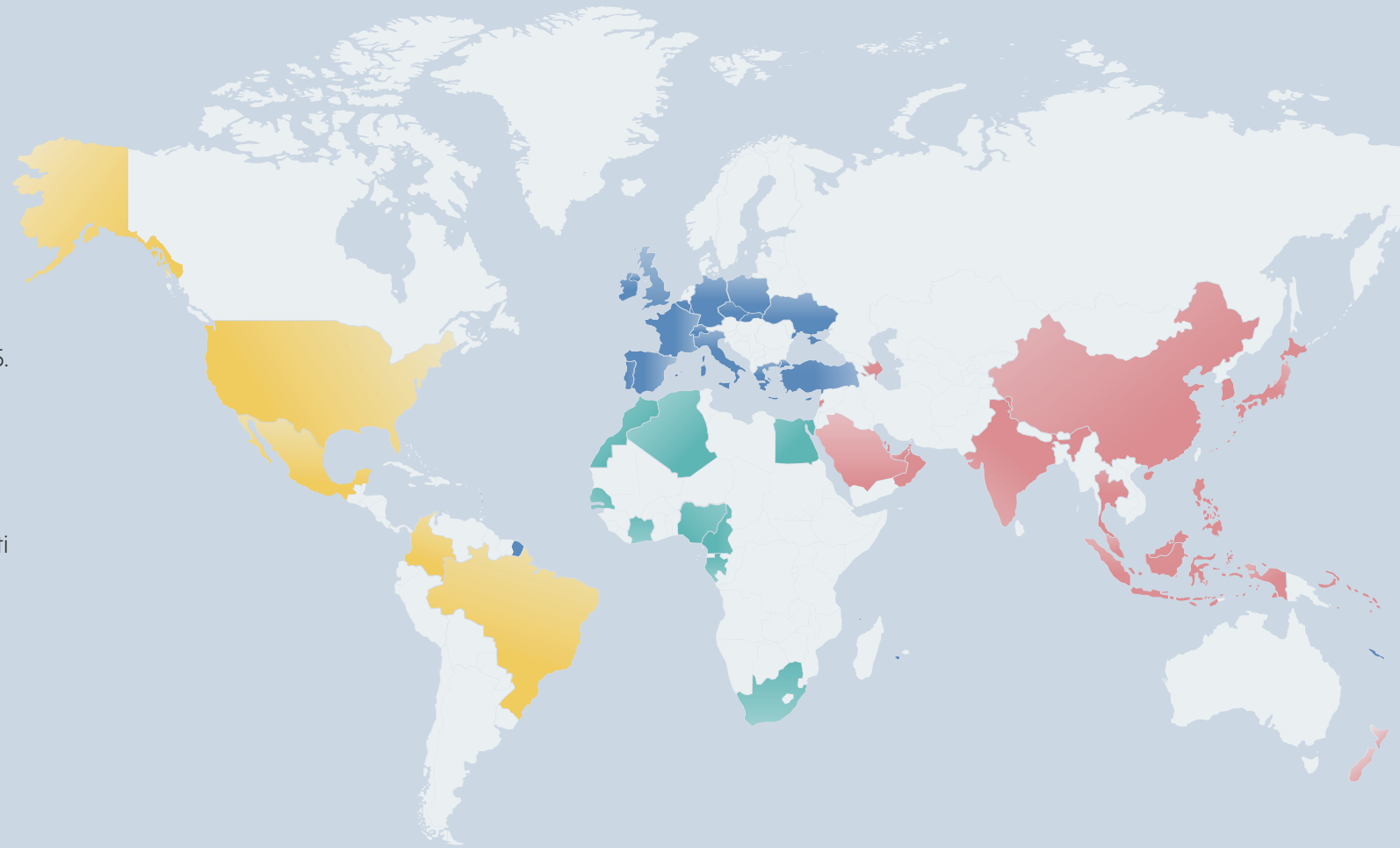
MOVE FROM PAYER TO PARTNER
TO EMPOWER PEOPLE LIVE BETTER LIVES

IL GRUPPO AXA

Con **165.000 collaboratori**, **107 milioni di clienti** in **64 Paesi** e un brand value pari a 10.579 miliardi di dollari, il **Gruppo AXA** è tra i leader mondiali nel settore.

Per l'**ottavo anno consecutivo**, secondo la classifica stilata da Interbrand, AXA è il **primo brand assicurativo mondiale**, con un incremento del 14% del valore del marchio rispetto al 2015. Inoltre, AXA è il terzo brand tra i servizi finanziari e dal 2015 è tra i 50 migliori brand internazionali globali, salendo nel 2016 in 46° posizione.

La classifica Interbrand 2016 ha premiato AXA per due importanti aspetti: la capacità di crescere trasformandosi in funzione del contesto in continua mutazione e il riconoscimento da parte dei clienti in AXA di un marchio che accomuna **orgoglio** per i dipendenti, **fiducia** nei clienti e "**appeal**" per i distributori.



#1
brand assicurativo

165.000
collaboratori

107 milioni
di clienti

64
Paesi del mondo

100 € miliardi
di giro d'affari

6,2 € miliardi
di risultato operativo

SUSTAINABLE PERFORMANCE

Finanziari
- Patrimonio netto: €70,6Mld
- Ricavi: €100Mld
- Cash flow operativo: €6,2Mld

Persone
- Nuovi assunti: 18.784
- Dipendenti: 118.366*
- 47% uomini, 53% donne
- 20.414 under 30

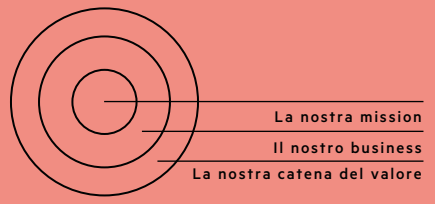
Innovazione
- AXA Research Fund: €200m fino al 2018
- AXA Strategic Ventures (ASV): €250m + €150m
- Kamet: €100m
- Africa Internet Group: €75m
- Impact investing: €350m fino al 2020

Internazionale
- Operazioni in 64 paesi

Ambiente
- Energia: 3.492 kWh/FTE**
- Acqua: 8,7 m3/ FTE
- Carta: 18 kg/FTE
- Investimenti "green": €1,8Mld alla fine del 2016

* Esclusa rete distributiva
** FTE: full time equivalent

RISORSE ▶



VALUE CREATION

RISORSE ▶

Finanziari
- Utile ante imposte*: €5,7Mld
- Attivi gestiti: €1.429Mld gestiti
- Utile ante imposte per impiegato: €61,3k
- Ricavi per impiegato: €1.075k

Persone
- Dipendenti che ricevono formazione: 85,4%
- Media dei giorni di formazione per ciascun dipendenti: 3
- Dipendenti che hanno accesso a un ambiente lavorativo agile: 30%

Sociale
- Clienti nel mondo: 107m
- Numero dei clienti emergenti: 5,4m
- Clienti assistiti da AXA Assistance:
  - 4,6m motor**
  - 4,2m salute
- Risarcimenti P&C pagati: €2,2Mld
- Prestazioni sanitarie e di protezione pagate: €13Mld

* Al netto delle imposte
** Rottura del veicolo

RISORSE ▶

Finanziari/economici
- Dividendo: €1,16 per azione
- Stipendi lordi: €8.638m
- Imposte sul reddito della società: €2,4Mld

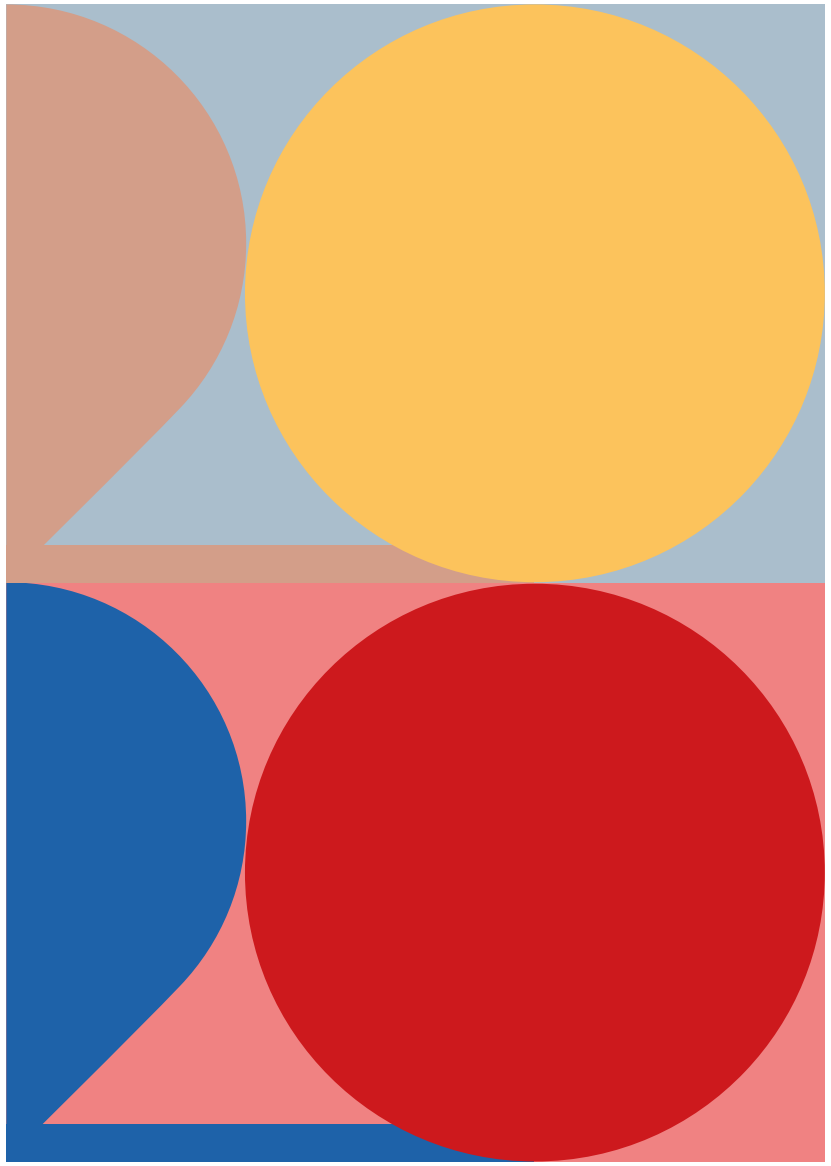
Persone
- Tasso di engagement dei dipendenti del Gruppo: 80%
- Dipendenti interessati dalla parental policy: 100% in 64 paesi
- 30% dei dipendenti in smart working

Innovazione
- Progetti supportati dalla creazione dell'AXA Research Fund: 531
- Progetti supportati da Kamet: 3 progetti pilota
- Progetti supportati dall'AXA Strategic Ventures: 26 startups

Sociale
- Volontariato dei dipendenti: 110.000 ore
- Partner supportati dall'AXA Impact Investing Fund: 16
- Beneficiari dei programmi in partnership con CARE: 2,6m persone
- Investimenti AXA sotto l'analisi ESG*: 76%

Ambiente
- Emissioni di CO_2 per dipendente: 1.96 t CO_2/FTE
- Consumo di energie rinnovabili: 53%
- Intensità dei nostri investimenti in Carbone: 247 t CO_2 per $m di entrate**

* Ambito: debiti sovrani, obbligazioni e patrimonio aziendale
* Usando un approccio "Carbon Intensity" basato sulla metodologia di TruCost (una società specializzata nell'analizzare gli impatti collegati al clima), applicato ai dati da Dicembre 2015



LA STRATEGIA DI AXA PER IL 2020

"Ambition 2020" è la nuova strategia lanciata da AXA per affermarsi come leader mondiale dell'innovazione in ambito assicurativo nel dare alle persone la possibilità di vivere una vita migliore. La strategia è incentrata su due pilastri: Focus e Transform.

Con il primo pilastro della strategia vengono identificate le condizioni per garantire la crescita di AXA, in continuità con l'Ambition AXA Plan 2010/2015, focalizzando l'attenzione sulle aree dove la domanda è più forte, implementando le best practice provenienti da tutto il mondo e perseguendo una politica incentrata su efficienza e riduzione dei costi, che dovrebbe consentire un incremento medio annuo degli utili per azione tra il 3% e il 7% nel 2020. Le aree su cui AXA porrà maggiore attenzione sono gli investimenti responsabili, la lotta contro il cambiamento climatico, il supporto nella ricerca e l'utilizzo responsabile dei dati.

Attraverso il secondo pilastro della strategia, invece, AXA intende presentarsi ai propri clienti con un nuovo ruolo di partner. L'obiettivo della trasformazione è diventare leader nell'innovazione dei servizi assicurativi al servizio della qualità della vita delle persone, agendo sulle modalità adottate per l'interazione con i propri stakeholder.

La sostenibilità è un driver chiave per raggiungere questi obiettivi, dal momento che il valore creato da AXA non può essere misurato solo attraverso criteri finanziari. L'approccio di AXA, quindi, prevede l'utilizzo del capitale aziendale per la generazione della sostenibilità economica e anche sociale nella sua interezza.

Il corretto utilizzo delle risorse permette di creare valore nel medio e lungo termine, ottenendo risultati di carattere economico, umano e sociale e, aspetto ancora più importante, generando impatti concreti e un valore condiviso con la realtà nella quale AXA opera quotidianamente. AXA ha definito un piano di sostenibilità della durata di 5 anni, che si sviluppa su tre aree di impatto:

- *Environment.* AXA intende ridurre la propria impronta ambientale e fare leva sul proprio core business assicurativo e su investimenti per combattere i rischi climatici.
- *Society.* AXA si impegna a mettere a fattor comune le proprie conoscenze e competenze sulla gestione del rischio e sulla protezione, al fine di contribuire allo sviluppo economico e all'inclusione sociale.
- *Individual lives.* AXA supporta i propri clienti nel perseguire obiettivi di salute e sicurezza, come un partner fidato.

Per ciascuna area di impatto, l'impegno di AXA è accompagnato da una partnership con un diverso attore sociale internazionale:

- Nelle città, con UN Habitat per la promozione della costruzione di edifici resistenti ai disastri naturali in Paesi a rischio.
- In Africa, con CARE, per l'estensione dell'educazione finanziaria alle donne.
- Per le donne, con UNICEF, per promuovere attività sulle buone abitudini nutrizionali e, quindi, sulla salute.

AXA Assicurazioni ha una presenza capillare sul territorio nazionale grazie a una rete composta da circa 650 agenzie che distribuiscono prodotti assicurativi dedicati alla persona, alla famiglia e all'impresa, identificando le soluzioni più adeguate per ogni esigenza di protezione del patrimonio e dei beni in ogni fase della vita. Attraverso un servizio di consulenza personalizzata rivolto alla protezione completa, AXA Assicurazioni propone forme innovative di previdenza, di risparmio e di investimento.

AXA MPS, nata nell'ottobre 2007 dalla partnership strategica di lungo periodo tra AXA e Banca Monte dei Paschi di Siena, è protagonista del mercato italiano della protezione in banca nel ramo Vita, Danni e nel Business Previdenziale e player di riferimento nel risparmio assicurativo. La Joint Venture opera attraverso le società:

- **AXA MPS Assicurazioni Vita**;
- **AXA MPS Assicurazioni Danni**;
- **AXA MPS Financial Dac**, operante in regime di libera prestazione di servizi.

AXA è inoltre presente in Italia attraverso **Quadra Assicurazioni**, a disposizione di partner bancari e non bancari, la compagnia diretta **Quixa**[1] e le compagnie specializzate:

- **AXA ART** (protezione patrimonio artistico-culturale pubblico e privato);
- **AXA Assistance** (servizi di assistenza nei vari settori);
- **AXA Partner CLP** (assicurazioni, riassicurazioni o coassicurazione per clienti commerciali);
- **AXA Corporate Solutions** (grandi aziende e gruppi);
- **AXA IM, AXA RE IM, Alliance Bernstein** (asset management).

[1] QUIXA è il brand commerciale della filiale italiana di AXA Global Direct Seguros y Reaseguros

1.600
dipendenti (a marzo 2017)

243 milioni di Euro
di utile netto consolidato

4,9 miliardi di Euro
di raccolta premi

94,7%
combined ratio (ramo Danni)

6% / 4% (Vita / Danni)
Incidenza nella raccolta di AXA

Fonte: Dati IFRS pubblicati dal Gruppo AXA

RICONOSCIMENTI

Nel 2016 il Gruppo AXA Italia ha ottenuto ben quattro riconoscimenti nell'ambito del Premio "Cerchio d'Oro dell'innovazione finanziaria, Financial Innovation – Italian Award", organizzato da AIFIn – Associazione Italiana Financial Innovation. Il prodotto IoDomani si è aggiudicato il primo premio nella categoria Prodotti e Servizi Assicurativi Vita, grazie alla sua caratteristica unica di permettere al cliente l'accesso ai mercati finanziari per rafforzare il proprio capitale e tutelare i propri obiettivi dagli imprevisti, grazie a specifiche coperture assicurative AXA.

Il Gruppo AXA Italia, inoltre, ha ricevuto tre menzioni speciali: per il prodotto InC@sa, in grado di offrire un sistema integrato di servizi assicurativi correlati da una componente tecnologica; per il progetto HR Università Agenti AXA, che ha consentito di tracciare percorsi di sviluppo personalizzati in base al livello di competenze di partenza oggettivamente misurate e del modello target per la specifica agenzia; per la newsroom del Gruppo AXA Italia, una vera e propria startup interna, iniziativa tra le prime in Italia nel suo genere, dove collaboratori con background differenti e giornalisti professionisti promuovono la cultura della prevenzione e della protezione.

A gennaio 2016 il Gruppo AXA ha ricevuto due riconoscimenti dall'Istituto Tedesco di Qualità e Finanza: "Ottima RC Auto", per la soddisfazione del cliente, e "Ottima Liquidazione Danni", tra le RC Auto tradizionali.

In occasione della quarta edizione degli Italy Protection Awards, l'appuntamento che celebra l'eccellenza della Protection Assicurativa, il Gruppo AXA Italia ha ottenuto per il secondo anno consecutivo il premio come miglior compagnia nello sviluppo di prodotti protection, e insieme a Banca Monte dei Paschi di Siena ha visto premiati i risultati nell'attività di Direct Marketing.

Nel mese di giugno, in occasione del Premio Le Fonti (promosso dal Gruppo "Editrice Le Fonti" con l'alto patrocinio della Commissione Europea, allo scopo di individuare e selezionare le eccellenze del settore professionale, finanziario e industriale), il Gruppo AXA Italia ha ottenuto due riconoscimenti: Eccellenza dell'Anno Innovazione per il settore Assicurazioni e premio Team Comunicazione dell'Anno in ambito assicurativo.

Misurare le performance di sostenibilità

Il CR Maturity KPI, l'indicatore sviluppato dal Gruppo AXA che consentiva un'autovalutazione del livello di maturità della Corporate Responsibility, **nel 2016 si è evoluto nell'AXA Sustainability Index**, in linea con la nuova strategia di Gruppo al 2020 e con i criteri per accedere al Dow Jones Sustainability Index. Tali criteri, inoltre, sono diventati parte integrante della valutazione delle prestazioni dei manager AXA.

In sintesi, l'AXA Sustainability Index **analizza le prestazioni aziendali in modo interdisciplinare**, correlando aree diverse quali: compliance, governance, risk management, customer relations, prodotto, social engagement e sviluppo delle competenze.

I risultati ottenuti a livello di Gruppo e a livello locale hanno costituito gli elementi di input per la definizione delle strategie di Gruppo per il 2020.

LA GOVERNANCE
E GLI INDICI DI SOSTENIBILITÀ

Nel 2016, **il Gruppo AXA Italia ha raggiunto il punteggio di 63** in una scala da 0 a 100.

Per quanto riguarda l'**ambiente**, è stato avviato un processo di raccolta e analisi annuale delle performance ambientali dell'azienda per individuare ambiti di miglioramento in materia di consumo di energia, acqua e carta, gestione dei rifiuti e delle emissioni di CO_2. L'obiettivo di AXA Italia è diminuire il proprio impatto ambientale, per esempio monitorando annualmente gli spostamenti casa-lavoro dei propri dipendenti e **riducendo il consumo di carta** (-38% rispetto al 2015) e di **energia elettrica** (-6% rispetto al 2015).

il Gruppo AXA Italia, inoltre, ha ottenuto per la **nuova sede di Milano il livello GOLD della certificazione LEED** e ha tra i propri obiettivi quello di ottenere la stessa certificazione per l'edificio di Via Aldo Fabrizi a Roma, a seguito degli interventi di ammodernamento in corso.

IL CALCOLO DEL SOCIAL RETURN ON INVESTMENT

Il perimetro del progetto

Il Gruppo AXA Italia ha deciso dal 2014 di calcolare l'impatto degli investimenti nella comunità al fine di stimare in termini economici i benefici sociali generati da ogni Euro investito attraverso il Social Return on Investment, o S-ROI misurando anche il valore sociale e non solo quello finanziario degli investimenti.

Visto il carattere sperimentale di tale progetto, il Gruppo AXA Italia ha deciso di focalizzare il calcolo dell'impatto solo su alcuni dei progetti finanziati nel 2016, per i quali è stato possibile individuare immediatamente i beneficiari diretti; in questa fase, non sono stati presi in considerazione i beneficiari indiretti.

Il calcolo dell'impatto è stato applicato a 4 progetti destinati alle giovani generazioni, suddivise in 3 sottocategorie.

La metodologia

L'approccio scelto per l'identificazione, validazione e monetizzazione degli impatti degli investimenti, è ispirato al modello di calcolo del Social Return On Investment, promosso dallo S-ROI Network, che si propone di misurare il valore sociale, e quindi non finanziario ma intangibile, generato dalle risorse investite in un progetto.

La misurazione del valore sociale:

- è soggettiva, ossia dipende dai diversi interessi e aspettative che gli attori coinvolti maturano nel tempo (gli stessi soggetti possono avere obiettivi diversi a seconda dello scenario);
- è esprimibile attraverso una pluralità di indicatori (numero di beneficiari, numero di servizi erogati, ecc.) che consentono di valutare l'effettivo valore prodotto dal capitale investito in modo molto più ampio rispetto al mero ritorno economico;
- generalmente è il risultato di una pluralità di interventi attuati da diversi interlocutori non isolabili tra loro. Lo S-ROI si basa su 7 principi chiave, che prevedono il coinvolgimento degli stakeholder, la comprensione dei cambiamenti in atto, la valutazione degli avvenimenti rilevanti, la "materialità", la veridicità, la trasparenza e la verifica finale dei risultati.

Si sviluppa in 5 fasi:

- identificazione del contesto e individuazione degli stakeholder chiave, che prevede l'analisi della documentazione relativa ai progetti e l'individuazione dei beneficiari;
- mappatura dei risultati, che prevede l'individuazione dei cambiamenti generati dalle attività verso gli stakeholder cui è indirizzata;
- verifica e monetizzazione dei risultati, che prevede la misurazione dei cambiamenti individuati nella fase precedente, attraverso opportune approssimazioni finanziarie che permettano di monetizzarli;

LA GOVERNANCE
E GLI INDICI DI SOSTENIBILITÀ

- valutazione effettiva dell'impatto sociale, che prevede di determinare la percentuale del risultato ottenuto attribuibile a fattori esterni oppure all'attività di altre organizzazioni e persone non operanti per conto del progetto finanziato dal Gruppo AXA Italia e di valutare la durata nel tempo dei risultati;
- calcolo del valore sociale, come rapporto tra il valore generato e il valore dell'investimento.

I risultati

Il valore sociale generato dai finanziamenti erogati dal Gruppo AXA Italia per i 4 progetti considerati è risultato pari a 546.249 Euro che, al netto dell'investimento effettuato per ottenerli (403.921 Euro), corrisponde a 142.328 Euro.

Tali risultati dimostrano che per ogni Euro investito dal Gruppo AXA Italia nei progetti considerati sono stati generati 1,35 Euro a vantaggio dei destinatari.

INVESTIMENTO TOTALE
403.921 €

TOTALE GENERATO
546.249 €

GIOVANI TALENTI	INCLUSIONE SOCIALE	GIOVANI IMPRENDITORI*
S-ROI **1,35 €**	S-ROI **3,40 €**	S-ROI **0,79 €**

* entrambe le startup hanno avviato le loro attività recentemente: la redditività per entrambe è ancora marginale

S-ROI TOTALE
1,35 €

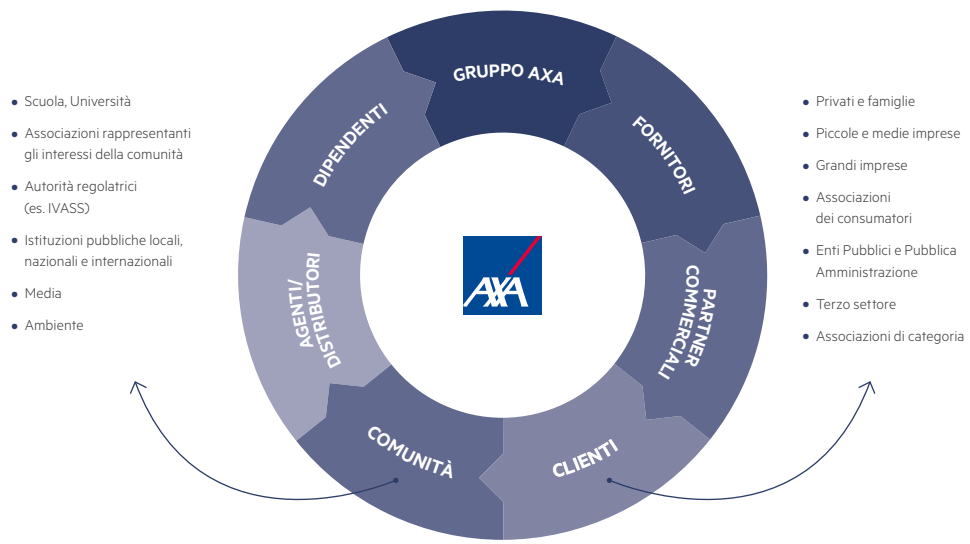
L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Il percorso di adesione alle linee guida del Global Reporting Initiative, le linee guida più diffuse per la rendicontazione di sostenibilità, è stato avviato nel 2016 con la definizione della prima analisi di "materialità" del Gruppo AXA Italia, che ha previsto l'individuazione dei temi rilevanti per AXA e per i suoi stakeholder.

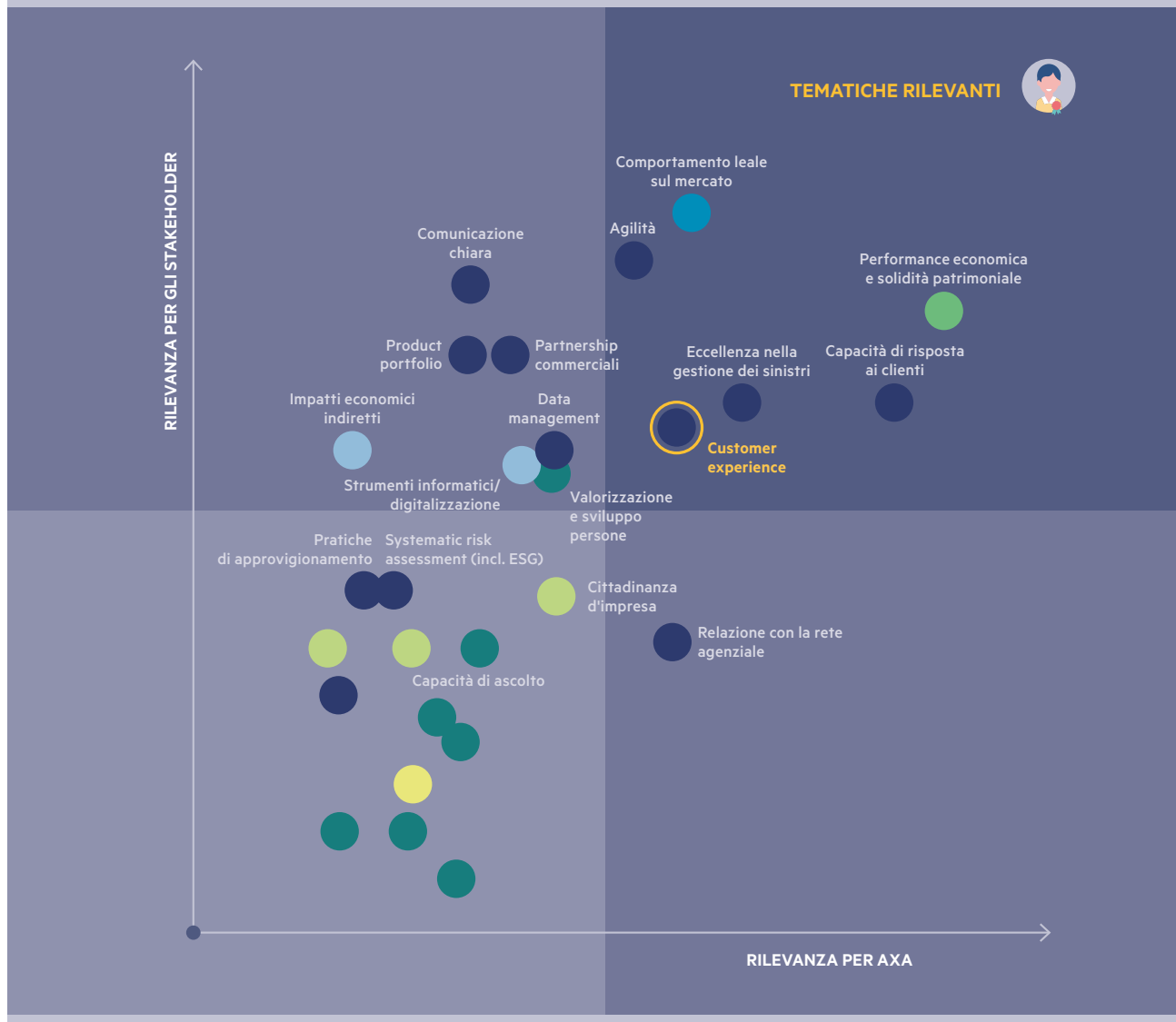
Il primo passo di questo percorso è stato la mappatura degli stakeholder, che ha consentito di individuare gli interlocutori chiave del Gruppo AXA Italia. Successivamente, grazie ad una serie di incontri con il management di AXA, sono state individuate le 35 tematiche di sostenibilità più rilevanti.

Questo primo passo porterà il Gruppo AXA Italia a predisporre il suo primo Rapporto di sostenibilità nel prossimo anno.

MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER



MATRICE DI MATERIALITÀ



LA GOVERNANCE
E GLI INDICI DI SOSTENIBILITÀ

RATING INTERNAZIONALI DI SOSTENIBILITÀ

MSCI – ESG RATING

Punteggio

AAA

DJSI WORLD E DJSI EUROPE

Punteggio

85/100

(>95% degli operatori del settore)

FTSE4GOOD

all'interno dell'indice dal

2008

CARBON DISLOSURE PROJECT (CDP)

Punteggio

B

UNITED NATIONS PRINCIPLES FOR RESPONSIBLE INVESTMENT (UNPRI)

Punteggio

A+

EURONEXT VIGEO

1°

nel settore assicurativo

DISINVESTIMENTO DEL GRUPPO AXA DALL'INDUSTRIA DEL TABACCO E DAL CARBONE – L'IMPEGNO NELLA GREEN ECONOMY

Il tabacco è la più importante causa di malattie croniche non trasmissibili, come cancro, problemi al cuore e all'apparato respiratorio, che provocano 6 milioni di morti ogni anno (con la previsione di 8 milioni entro il 2030).

Il Gruppo AXA ha deciso nel 2016 di disinvestire dall'industria del tabacco coerentemente con l'impegno di proteggere la salute delle persone. In primo luogo, ha venduto le proprie partecipazioni in aziende produttrici di tabacco, il cui valore stimato è di circa 0,2 miliardi di Euro. In secondo luogo, ha bloccato tutti i nuovi investimenti in obbligazioni societarie delle industrie del tabacco. Infine, non rinnoverà gli investimenti obbligazionari in scadenza nell'industria del tabacco, del valore di circa 1,6 miliardi di Euro.

AXA ha anche deciso di disinvestire 500 milioni di Euro in società esposte in attività connesse ai combustibili fossili e di pianificare 3 miliardi di investimenti in energia green entro il 2020, in linea con il suo impegno a diffondere la conoscenza sul riscaldamento globale e ad accrescere la consapevolezza sulle sfide poste dal cambiamento climatico.

Queste decisioni sono state particolarmente apprezzate dalla Union for International Cancer Control (UICC), la cui missione è di accelerare la lotta contro il cancro. AXA, infatti, è fra le prime realtà internazionali private ad impegnarsi in tal senso. "Speriamo che altri si uniscano a noi per mostrare al mondo che le compagnie assicurative sono parte della soluzione, quando si parla di sanità pubblica", ha dichiarato Thomas Buberl. "Crediamo anche che ci sia un preciso dovere morale. Non possiamo continuare a finanziare prodotti che rappresentano una delle maggiori minacce alla salute mondiale".

LA GOVERNANCE
E GLI INDICI DI SOSTENIBILITÀ

DISINVESTIMENTI GRUPPO AXA

COMBUSTIBILI FOSSILI	TABACCO
€ 0,5 miliardi disinvestimento carbone	**€ 1,8 miliardi** disinvestimento tabacco
€ 3 miliardi investimenti "green" fino al 2020	**€ 0,2 miliardi** equity holdings
€ 165 milioni "green" commercial insurance	**€ 1,6 miliardi** corporate bonds
€ 450 milioni reinsurance offshore wind	**€ 2,1 triliardi** costo annuale per l'economia globale

Focus

RAFFORZARE I NOSTRI PUNTI DI FORZA

Thought leadership

AXA considera strategica la capacità di generare idee innovative (in inglese "*thought leadership*") sui rischi, connotandosi sul mercato per la volontà di promuovere e stimolare idee grazie alla propria competenza tecnica, in linea con la sua missione di protezione di lungo termine. Un'attenzione particolare è dedicata alle nuove generazioni, che si troveranno ad affrontare gli effetti delle attuali trasformazioni. L'attenzione per il futuro, tema chiave che orienta l'operatività della Compagnia, si concretizza nel supporto alla ricerca e all'educazione, per anticipare i trend emergenti e favorire la diffusione di una vera cultura del rischio, soprattutto per i giovani.

La capacità di sviluppare idee innovative sul tema dei rischi, insieme a solide competenze orientate alla protezione di lungo termine, permette ad AXA di distinguersi sul mercato per la volontà di promuovere e stimolare il dibattito sui grandi temi emergenti nella società.

Per AXA la conoscenza dei rischi permette di affrontare l'oggi e il domani nel migliore dei modi. Da sempre l'attenzione al futuro esprime l'interesse che la Compagnia riserva alle nuove generazioni, attraverso la ricerca e la diffusione della cultura della prevenzione del rischio.

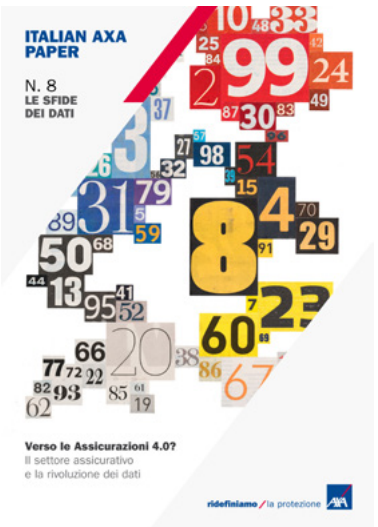
IL DIBATTITO SUL TEMA DEI BIG DATA: LA SFIDA DEI DATI

La sfida dei dati per assicurazioni e società è stata al centro dell'Italian AXA Forum 2016, l'evento annuale del Gruppo AXA Italia organizzato in collaborazione con ANIA (Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici), che vuole contribuire all'avanzamento di riflessioni di "frontiera" per la finanza con un dialogo aperto tra i protagonisti del mondo economico, finanziario, sociale, delle istituzioni e dei media.

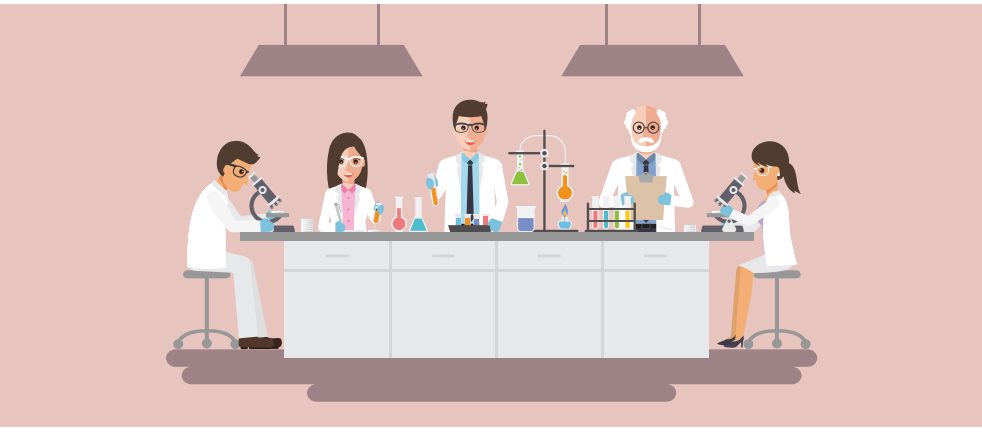
L'Italian AXA Forum 2016 ha avuto al centro del dibattito il nuovo modello di assicurazione e la protezione ai tempi di industria e società 4.0, disegnando scenari sugli impatti dell'utilizzo dei big data e sulla gestione dei nuovi rischi derivanti dal progresso tecnologico.

L'Italian AXA Paper n. 8, l'annuale monografia di AXA Italia dedicata ai temi di lungo periodo collegati al business assicurativo, dalla longevità alla salute e previdenza, dalle sfide della diversità al cambiamento climatico, fino al ruolo del settore assicurativo in favore di crescita, PMI e nuove generazioni, è stato dedicato ai Big Data.

All'interno del Paper sono raccolte le riflessioni sulle opportunità dei big data del Gruppo AXA, la ricerca di AXA Episteme sulla percezione dei cittadini consumatori, le analisi sui rischi emergenti per la sicurezza dei dati dell'AXA Chair Bryan Ford, sul nuovo paradigma della *Connected Insurance* di ANIA e dell'Osservatorio ANIA-BAIN e sui comportamenti emergenti dei Millennials nella *cybersociety* di Federico Casalegno del Massachusetts Institute of Technology (MIT).



ITALIAN AXA FORUM



AXA A FIANCO DELLA RICERCA SCIENTIFICA

Nel 2007 il Gruppo AXA ha creato l'AXA Research Fund, iniziativa internazionale di filantropia scientifica con un budget di 200 milioni di Euro fino al 2018, con l'obiettivo di aumentare la conoscenza dei rischi e prevenirli. Il fondo ha una duplice missione: attrarre, selezionare e supportare progetti di ricerca sui rischi ambientali, socio-economici e legati al costo della vita, e supportare i ricercatori migliori.

Fino ad oggi, il fondo ha investito 166 milioni di Euro a sostegno di 531 progetti in 34 Paesi, condotti da ricercatori di 51 diverse nazionalità.

L'Italia occupa un posto di primo piano nei progetti di investimento dell'AXA Research Fund, con oltre 18 milioni di Euro per 37 progetti di ricerca. I finanziamenti, assegnati in base alle decisioni del Comitato Scientifico, includono il sostegno a 25 ricercatori italiani all'estero e 8 in Italia e a 6 cattedre universitarie. In particolare, si evidenzia che nel 2016 il Professore francese Bernard Dumas ha vinto la cattedra dedicata ai rischi socio-economici dei mercati finanziari all'Università di Torino, con un finanziamento dell'AXA Research Fund di 800.000 Euro per 10 anni, a cui si aggiungono 10.000 Euro all'anno garantiti dall'Università di Torino e dal Collegio Carlo Alberto, partner dell'iniziativa.

Dal 2016, uno dei nuovi progetti italiani finanziati dall'AXA Research Fund è quello della Dott.ssa Alessandra Petrelli, che si pone l'obiettivo di comprendere il ruolo delle cellule del sistema immunitario nei pazienti obesi con diabete di tipo 2 e di sviluppare terapie alternative meno invasive per curare questa malattia.

AXA-BOCCONI SEMINAR 2016, ASSICURAZIONI E SHARING ECONOMY

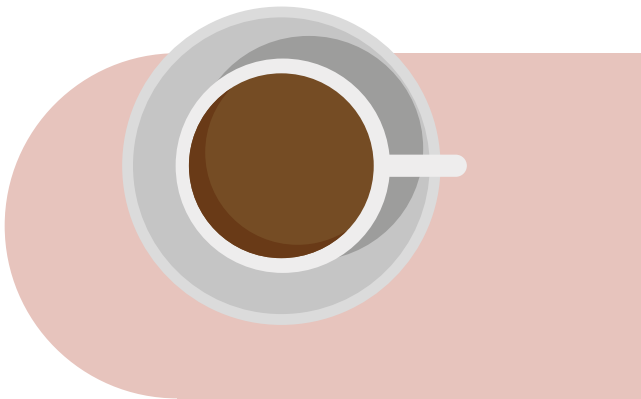
L'edizione 2016 dell'AXA-Bocconi Seminar "Smart City, Smart Insurance? La sfida della città del futuro e il ruolo delle assicurazioni", ha analizzato a fondo uno studio elaborato da AXA nel quale si prevede che nel 2030 la popolazione mondiale vivrà per il 60% nelle città, una situazione che rende i centri urbani più vulnerabili ed esposti all'impatto di rischi nuovi o emergenti.

In occasione del Seminario 2016, protagonisti del mondo economico e sociale, scientifico e istituzionale si sono confrontati sulla capacità di anticipare e gestire tali rischi con risposte innovative rese possibili dalla tecnologia e nel rispetto dell'ambiente, al centro dell'agenda italiana ed europea.

#AXACafe, INCONTRI DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Il Gruppo AXA Italia ha inaugurato nel 2016 gli #AXACafe, momenti di incontro informali con i propri partner per discutere su diverse tematiche, presentare progetti e favorire un confronto aperto e costruttivo con tutti i partecipanti.

Il primo dei due appuntamenti organizzati nell'anno è stato "Caffè corretto CR", per parlare con i partner che da tempo lavorano al fianco del Gruppo AXA Italia e sono coinvolti in progetti di prevenzione in tema di Corporate Responsibility. Con il secondo, #AXACafe per il Sud, è stata lanciata l'iniziativa "Lavoro di Squadra", organizzata da Action Aid per i NEET (dall'inglese, "*not (engaged) in education, employment or training*", cioè persone che non studiano, non lavorano né sono impegnati in formazione) ed attivata nel Sud Italia coinvolgendo circa 100 giovani.



IL GRUPPO AXA ITALIA DIVENTA PARTNER DI FONDAZIONE SODALITAS

Il Gruppo AXA Italia entra a far parte del network di Fondazione Sodalitas, che in Italia conta oltre 100 imprese leader e manager volontari, confermando il proprio impegno nel realizzare progetti di sostenibilità per la società del presente e del futuro.

Fondazione Sodalitas nasce nel 1995 grazie all'innovativa intuizione di Assolombarda, divenendo la prima realtà a promuovere la Responsabilità Sociale d'Impresa in Italia. Grazie al suo costante impegno, ha contribuito all'evoluzione del ruolo delle imprese da interlocutore esclusivamente economico a partner della società.

ESTENDERE LA CATENA DEL VALORE AI FORNITORI

Uno dei punti fondamentali per garantire la sostenibilità di un'organizzazione riguarda l'estensione della catena del valore ai fornitori. In quest'ambito, il Gruppo AXA Italia ha avviato un processo di miglioramento il cui primo passo è stato l'inserimento, in tutti i contratti e nelle Condizioni Generali di Fornitura, di una clausola di impegno sui temi della sostenibilità e dell'obbligo di firma per accettazione del Codice Etico di AXA all'atto della firma del contratto di assunzione.

Tramite una società esterna specializzata, è stato avviato un processo di valutazione dei fornitori attraverso la compilazione di un questionario che copre 4 ambiti: ambiente, lavoro e diritti umani, pratiche di lavoro eticamente corrette, procurement responsabile. Il processo si applica ai fornitori che fatturino con AXA più di un milione di Euro e alle gare con un importo superiore ai 400.000 Euro. La valutazione, che coinvolge anche i potenziali fornitori, ha l'obiettivo di definire il rischio e l'esposizione in funzione anche del tipo di attività del fornitore e del bene e/o servizio erogato.

Nel 2016, i risultati delle valutazioni realizzate in Italia presentano una situazione più che positiva, con una valutazione media ottenuta superiore a Francia, USA, Germania, UK e Giappone.

AXA Cuori in Azione

AXA Cuori in Azione è un'associazione di volontariato aziendale che incoraggia i collaboratori a dedicare tempo e competenze ad iniziative di volontariato in tutto il mondo e in Italia, con particolare attenzione alle nuove generazioni.

Nata nel 2000 in Italia e presente in tutte le entità del Gruppo AXA nel mondo, AXA Cuori in Azione è diventata un pilastro della Strategia di Corporate Responsibility di AXA Italia, grazie a iniziative nazionali con **partnership forti e di lungo periodo**, **come AIRC**, **WeWorld**, **ActionAid,** e all'attenzione per le realtà locali attraverso iniziative concrete e strutturate.

Nel corso del 2016 AXA Cuori in Azione ha confermato di essere una realtà solida e riconosciuta in Italia, attraverso l'organizzazione di **50 azioni di volontariato** alle quali hanno collaborato attivamente più di **250 volontari** (dipendenti, agenti e familiari) e a cui hanno partecipato **oltre 600 collaboratori** del Gruppo (includendo le attività di raccolta fondi su tutto il territorio, le attività sportive amatoriali e la semplice presenza a eventi). Le attività sono state organizzate insieme a **30 associazioni**.

Oltre a mantenere l'impegno nei progetti e nelle attività già consolidate, nel 2016 AXA Cuori in Azione ha raggiunto tre nuovi obiettivi:

- attraverso un patto educativo con onlus locali (Associazione La Strada, Cesvi e Fondazione Bracco, Comunità di Sant'Egidio), ha strutturato un **supporto organico e continuativo ai migranti**, in modo tale da favorire l'integrazione socio-culturale, prevenire l'abbandono scolastico e indirettamente facilitare la loro occupabilità;
- ha avviato un **progetto specifico per coinvolgere gli agenti AXA** in attività territoriali di volontariato con finalità sociali, chiamato "AXA Cuori in Agenzia", finanziando i progetti proposti in crowdfunding;
- ha **supportato le persone colpite dai sismi in Centro Italia** con una serie di iniziative, anche a fianco della Croce Rossa Italiana: raccolta fondi grazie all'organizzazione dell'AmatriciAXA, che ha previsto la distribuzione di più di 500 piatti di amatriciana solidale nelle sedi AXA e alla tradizionale Lotteria di Natale, grazie alla condivisione da parte dei manager e dei dipendenti dei regali di natale aziendali, in conformità alla Carta etica di AXA Italia. Inoltre i volontari AXA Cuori in Azione hanno organizzato un gruppo di acquisto solidale di prodotti tipici delle zone terremotate, in supporto di piccoli produttori locali.

AXA | AXA Cuori in Azione

LAVORO DI SQUADRA, MOTIVARE I GIOVANI TRAMITE LO SPORT

Dopo le esperienze positive a Torino, Alba e Milano, nel 2016 il progetto di ActionAid rivolto ai giovani NEET tra i 16 e i 25 anni è stato realizzato a Bari e Reggio Calabria grazie al finanziamento del Gruppo AXA Italia e Fondazione con il Sud.

Il progetto, della durata di 24 mesi, si articola in tre fasi. Dopo la selezione e il coinvolgimento di 96 ragazzi, è stato stipulato con i partecipanti un patto formativo. Nella seconda fase entra in gioco l'attività sportiva, con allenamenti settimanali per un periodo di tre mesi, tornei amatoriali e partite amichevoli, eventi di sensibilizzazione, incontri nelle scuole e un torneo finale. La terza fase prevede l'orientamento e l'accompagnamento dei giovani verso nuove opportunità di inserimento socio-economico, grazie anche a una "borsa lavoro" di 300 Euro e ai piani di inserimento elaborati dagli stessi beneficiari con l'aiuto di esperti.

24
Mesi di progetto

96
Ragazzi coinvolti

DIFFONDERE UNA CULTURA FINANZIARIA ED ECONOMICA

In collaborazione con Junior Achievement Italia, anche nel 2016 il Gruppo AXA Italia ha portato avanti il progetto triennale "Insure your Success", finalizzato a diffondere una cultura finanziaria ed economica fondata sui temi del risparmio, dell'investimento e della comprensione del significato del rischio, in un'ottica di prevenzione e di progettualità.

Il programma ha coinvolto oltre 6.000 studenti in tutto il mondo e centinaia di volontari da Irlanda, Giappone, Filippine, Portogallo, Romania, Polonia, Spagna, Ungheria e Svizzera. In Italia, ben 120 volontari di AXA Cuori in Azione, con competenze in ambiti svariati come business planning, marketing, distribuzione e finanza, sono entrati in aula nei panni di esperti aziendali per mettere la loro esperienza su temi finanziari, di risparmio e protezione dai rischi a disposizione di oltre 2.000 giovani tra 15 e 17 anni.

120
Volontari di AXA Cuori in Azione

+2.000
Studenti coinvolti (tra 15 e 17 anni)

IL SUPPORTO AI RIFUGIATI: UN AIUTO CONCRETO

L'obiettivo del Gruppo AXA Italia era di andare oltre l'emergenza, per focalizzarsi su progetti orientati all'inclusione di medio-lungo periodo attraverso programmi di formazione e educazione e progetti per aumentare l'occupabilità delle fasce più vulnerabili (giovani e donne) a maggiore rischio di esclusione sociale, soprattutto nelle periferie delle grandi città.

Il Gruppo AXA Italia ha definito tre linee strategiche di intervento. La prima è l'integrazione attraverso la formazione linguistica e informatica insieme alla Comunità di Sant'Egidio, che negli oltre 30 anni di attività ha contribuito a formare oltre 200 insegnanti, mentre più di 60.000 studenti hanno studiato nelle scuole di Roma e altrettanti nelle altre città italiane (Genova, Firenze, Napoli, Milano, Novara, Salerno, Caserta e Padova). Il Gruppo AXA Italia ha sostenuto la realizzazione del primo laboratorio informatico con 11 postazioni PC nella scuola principale di Roma a Trastevere, che conta 2.000 iscritti all'anno.

A fianco dell'Associazione La Strada, impegnata a riportare i ragazzi tra i banchi di scuola, il Gruppo AXA Italia ha offerto alcune Borse di Studio che hanno coperto l'intero percorso di 5 ragazzi, per accompagnarli alla licenza media e in seguito al lavoro con un percorso che ha previsto formazione *on the job*, assessment e tirocini.

Fondazione Bracco, Cesvi Onlus e l'associazione di promozione sociale La Rotonda, in collaborazione con il Centro Diagnostico Italiano e l'Ospedale Sacco, hanno portato avanti un progetto a Baranzate (in provincia di Milano) per il sostegno all'inserimento lavorativo e la promozione della salute. E' stata fondata la sartoria sociale "Fiore all'Occhiello", sono stati attivati il servizio di assistenza pediatrica e laboratori di cucina per l'educazione alimentare e sono stati promossi esami di screening. AXA Italia ha contribuito alla formazione professionale e all'inserimento lavorativo di due donne della sartoria (stilista ed addetta alla vendita) e al sostegno nella ricerca attiva di lavoro per donne e giovani.

3
Progetti sostenuti

Partner dei progetti

Comunità di Sant'Egidio

Associazione La Strada

Cesvi
insieme a
Fondazione Bracco

AXA CUORI IN AGENZIA

AXA Cuori in Agenzia è un'iniziativa di AXA Cuori in Azione che ha previsto, nel corso del 2016, il coinvolgimento della rete agenziale del Gruppo AXA Italia nell'elaborazione di progetti di filantropia su tutto il territorio nazionale. Gli agenti che hanno partecipato all'iniziativa hanno elaborato e presentato progetti su educazione, promozione della salute, integrazione dei giovani, creazione di opportunità lavorative, tutela di arte, cultura e ambiente, oppure a favore delle fasce vulnerabili, per esempio anziani e disabili.

L'iniziativa ha coinvolto 50 agenti che hanno presentato altrettanti progetti in partnership con associazioni non profit locali, successivamente finanziati con la Rete del Dono, una piattaforma di crowdfunding per la raccolta di donazioni online a favore di progetti d'utilità sociale ideati e gestiti da organizzazioni non profit.

Il valore della diversità

Il Gruppo AXA Italia si impegna a creare le condizioni per realizzare e promuovere un **ambiente di lavoro inclusivo**, dove tutte le **persone possano sentirsi libere di esprimere le proprie potenzialità**; ne è un esempio la partnership con Valore D, associazione nata a sostegno della presenza femminile in posizioni di leadership.

AXA ha partecipato a diverse ricerche, tra cui quella con Valore D e The Boston Consulting Group sulla presenza femminile ai vertici aziendali, una ricerca con Valore D e KPMG sulla *Diversity Maturity* in Italia e una ricerca intitolata "Storie di Valore".

Il Gruppo AXA Italia ha aderito a un programma di *MentorShip Plus* rivolto a donne dirigenti e al *Power Program* per le donne appartenenti al *Middle Management*.

Transform

UNA NUOVA CUSTOMER EXPERIENCE

La customer experience

In pochi anni le tecnologie digitali hanno rivoluzionato le abitudini e le aspettative dei clienti. **I big data e l'aumento di dispositivi connessi hanno generato nuove opportunità**, permettendo ai clienti di accedere a strumenti di prevenzione e supporto semplicemente impensabili pochi anni fa. **Il Gruppo AXA ha abbracciato questa rivoluzione dei dati per innovare e fornire servizi personalizzati** per consentire ai clienti di migliorare la propria salute, il benessere e la sicurezza.

I clienti oggi sono abituati allo *shopping one-click e all'online banking* e vogliono poter interagire con la loro compagnia assicurativa nello stesso semplice modo attraverso un processo continuo, veloce e multicanale. **AXA sta rafforzando i propri processi di customer data management così da poter sempre essere a fianco dei clienti**, a prescindere dal canale utilizzato. Questo permette di anticipare i loro bisogni e contattarli al momento giusto, quando ne hanno più bisogno.

L'ecosistema digitale ha modificato la relazione tra cliente ed informazione. Il cliente può confrontare prodotti e prezzi per trovare il servizio più indicato per sé. Anche cambiare compagnia assicurativa sta diventando sempre più semplice. **AXA approccia in maniera proattiva questi cambiamenti, semplificando la sua offerta e migliorando la customer experience**. Grazie ad app come My AXA e ai nuovi servizi online, AXA è in grado di fornire informazioni trasparenti e in tempo reale ai propri clienti.

CON MY AXA LA PROTEZIONE È SEMPRE CON TE

In ottica di semplificazione e trasparenza verso il cliente, AXA ha introdotto nel mercato la sua app gratuita My AXA per accedere facilmente alla propria posizione assicurativa, consultare le proprie polizze e gestire in autonomia eventuali sinistri.

Uno dei principali vantaggi offerti da My AXA è la completezza delle informazioni disponibili su ogni prodotto acquistato: per i prodotti danni, oltre ai dati principali quali premio e scadenza, vengono indicate tutte le garanzie sottoscritte, i principali massimali e le eventuali franchigie. Per i prodotti di natura finanziaria, invece, sono disponibili informazioni dettagliate per conoscere le performance di ciascun investimento.

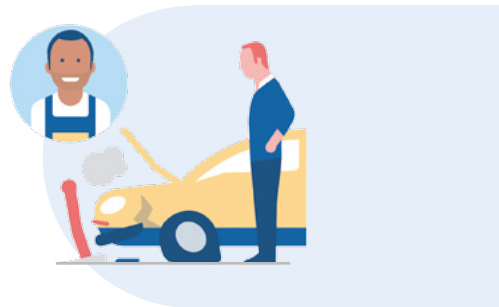
Un'altra funzionalità apprezzata, è la possibilità di effettuare la denuncia di un sinistro in tre semplici passi allegando documenti e fotografie utili per documentare l'accaduto. Una volta aperto il sinistro, è possibile monitorarne lo stato in tempo reale fino alla completa risoluzione dello stesso.

UNA NUOVA PROPOSTA INNOVATIVA E PERSONALIZZABILE PER L'OFFERTA AUTO

Secondo l'ANIA, circa 4 milioni di veicoli circolano in Italia senza copertura assicurativa. AXA Italia ha deciso di proteggere i propri clienti rimborsandoli immediatamente per il danno subito. Un'altra novità introdotta recentemente è "Assistenza Plus", grazie alla quale l'assicurato può scegliere tra diversi servizi in caso di incidente o fermo auto, come richiedere un veicolo sostitutivo o ricevere l'auto direttamente a casa una volta effettuato l'intervento di riparazione.

L'assistenza di AXA va oltre la sola copertura dell'auto, contribuendo al rimborso per il danneggiamento dei bagagli, per la duplicazione della patente o la sostituzione delle chiavi dell'auto o per il danno ad un box di proprietà in seguito a incendio.

Infine, grazie al dispositivo Drive Box installato direttamente sul veicolo, in caso di incidente la centrale operativa AXA rileva il sinistro e contatta subito il cliente per verificare le sue necessità, inviando i soccorsi in caso di mancata risposta.



CINQUE ASSET PER MIGLIORARE LA RELAZIONE CON IL CLIENTE

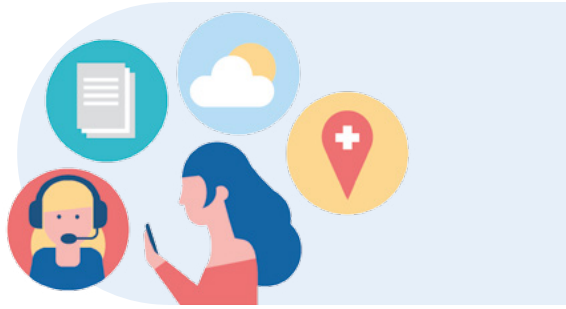
NUOVE OFFERTE PER ESSERE PIÙ VICINI AI CLIENTI

Io Domani è il nuovo prodotto dedicato a coloro che nei prossimi anni si avvicineranno alla pensione, pensato per rispondere alle loro esigenze di investimento e protezione. AXA offre la possibilità di accedere ai mercati finanziari per rafforzare e tutelare i propri obiettivi dagli imprevisti grazie a specifiche coperture assicurative AXA. In caso di grave malattia, perdita di autosufficienza e scomparsa prematura, la polizza garantisce un sostegno economico per affrontare le conseguenze senza dover interrompere il proprio investimento.

Con l'intento di risolvere tempestivamente e con facilità gli imprevisti domestici, grazie alla c.d. *Connected Insurance*, AXA ha sviluppato InC@sa. Oltre a prevedere un servizio di sicurezza in caso di intrusione o tentativo di intrusione, nell'offerta è inclusa la *Security Camera* di Myfox, un *home device* che permette di tenere sempre sotto controllo la propria casa. Inoltre, consente di estendere la garanzia di elettrodomestici e TV anche quando è terminata quella del produttore, e di avere accesso all'assistenza medica d'urgenza in caso di infortunio o malattia.

UN ASCOLTO CONTINUO

È stato avviato *Instant Customer Feedback*, un progetto che permette di ascoltare in tempo reale la voce dei clienti in merito all'esperienza di gestione del sinistro da parte di AXA attraverso una piattaforma digitale. I clienti possono lasciare il proprio feedback telefonico successivamente al contatto con lo Smart Center, il Servizio di Assistenza al cliente e alle reti distributive. *Claims Model*, invece, è un servizio di gestione dei feedback sulla Pronta Liquidazione, gestione dei sinistri in carrozzeria convenzionata, modello di servizio e organizzazione territoriale.



Transform

ADATTARE LE “CAPABILITIES”

Spazio ad un nuovo modo di lavorare

Presso le sedi di Milano e Roma, il Gruppo AXA Italia ha realizzato la *Time Utilization Survey*, uno studio basato sull'osservazione diretta dei luoghi di lavoro che ha consentito di tracciare una valutazione oggettiva dei tempi e dei modi con cui le persone utilizzano le proprie postazioni, rispetto ad altre aree interne dell'ufficio.

L'indagine ha evidenziato la necessità di riorganizzare gli spazi, favorendo zone in cui è garantito il silenzio necessario alla concentrazione, aree per potersi riunire con colleghi in un ambiente caratterizzato da arredi informali e realizzando diverse tipologie di sale per la condivisione e per il lavoro in team anche con colleghi di altre sedi o che lavorano da remoto.

Il primo esempio di *Smart Space* sarà la sede di Roma, oggetto di un profondo intervento di ristrutturazione, dove per i collaboratori, sempre più in mobilità fisica, non ci saranno più postazioni assegnate ma ambienti condivisi e duttili tra cui optare in base alle proprie esigenze.

Un nuovo habitat coerente con il nuovo modello di organizzazione del lavoro adottato dal Gruppo AXA Italia per offrire ai propri collaboratori maggiore discrezionalità in termini di flessibilità nella scelta del luogo in cui lavorare e che si basa su una relazione orientata a principi di fiducia e responsabilizzazione: lo Smart Working.

Un progetto - supportato da tecnologie abilitanti e disciplinato da una policy ad hoc - che ha coinvolto inizialmente un campione di circa 100 dipendenti per 1 o 2 giorni alla settimana, ma che sarà esteso al 94% dei collaboratori di AXA nel 2017.

Per tutti i colleghi che scelgono di aderire a questo modello è previsto un percorso di accompagnamento che prevede incontri d'aula in cui vengono fornite tutte le informazioni necessarie, con un ampio inquadramento del progetto grazie alla presenza di Mariano Corso, Direttore Scientifico dell'Osservatorio Smart Working del Politecnico di Milano.

UNA NUOVA POLICY PER IL CONGEDO PARENTALE

Il Gruppo AXA è consapevole della grande importanza del *work life balance* nella performance e nella soddisfazione personale. In linea con la sua politica di inclusione, riconoscimento e valorizzazione delle diversità, AXA ha lanciato una nuova policy per il congedo parentale che si applicherà a 1.600 dipendenti in 64 Paesi diversi.

A partire dal 1° gennaio 2017, qualsiasi sia la situazione familiare (famiglie biologiche, adottive, affidatarie, monogenitoriali o coppie omosessuali), i neo genitori possono beneficiare di 16 settimane retribuite al 100% per il cosiddetto "*primary parent*", ovvero il genitore che ha la responsabilità principale del bambino, e di 4 settimane retribuite al 100% per il *co-parent*, destinato al secondo genitore. Laddove la legislazione nazionale preveda minori settimane di congedo, varrà il trattamento riconosciuto da AXA.

LA FORMAZIONE DELLE RETE AGENZIALE

Il primo passo per fornire al cliente un'offerta di prodotti adeguata, competitiva e modulata sulle sue esigenze, è la capacità di ascolto e di comprensione dei suoi bisogni e del suo profilo di rischio. Per questo motivo, il Gruppo AXA Italia ha deciso di investire sulla formazione dei propri agenti con percorsi di crescita delle competenze sviluppati in collaborazione con il MIP, la Business School del Politecnico di Milano.

Il 2016 è stato caratterizzato dal lancio del progetto Università Agenti AXA, che rappresenta un nuovo approccio alla formazione e che ha l'ambizione di risultare distintivo nel mercato assicurativo e ad alto valore aggiunto per i propri agenti.

L'Università Agenti AXA consiste in percorsi formativi di durata pluriennale rivolti a tutti gli agenti e finalizzati al rafforzamento delle competenze manageriali, digitali, commerciali e tecniche per affrontare le sfide di business di un mercato sempre più competitivo e in continuo cambiamento.

La progettazione della struttura e dei contenuti dell'Università è stata sviluppata in collaborazione con il MIP, a cui è stata anche affidata l'erogazione di alcuni corsi in aula.

L'avvio dell'Università Agenti AXA ha riscosso un notevole successo con l'adesione di oltre 530 agenti, i quali per accedervi hanno dovuto svolgere una fase preliminare di assessment tecnico e comportamentale, anch'essa a cura del MIP,

funzionale alla creazione dei percorsi personalizzati coerenti con il livello di competenze di partenza e con il modello imprenditoriale dell'agente.

In parallelo all'Università è stato lanciato a Gennaio 2016 il Master Commercial Lines, un master specialistico di formazione di alto livello della durata di 10 mesi e con un impegno di 2 giorni al mese che ha coinvolto una selezione di 40 agenzie che operano nel segmento aziende e che hanno dovuto superare un assessment tecnico a cura del MIP.

Il Master Commercial Lines punta a rafforzare le competenze degli agenti nella comprensione e nell'analisi delle aziende clienti, identificandone i rischi e sviluppando attività commerciali affiancando l'aspetto umano alla crescita del business.

Forti del successo di questa iniziativa, a dicembre 2016 è stata lanciata la seconda edizione del Master Commercial Lines che vede coinvolti altri 40 agenti e che continuerà nel corso di tutto il 2017.

VICINO AGLI STUDENTI E AI NEO-LAUREATI

Il *Global Graduate Program*, lanciato dal Gruppo AXA nel 2016, è un ambizioso percorso della durata di 18 mesi e dal forte imprinting internazionale, rivolto a neolaureati e laureandi che con AXA vogliono costruire le professionalità di domani ed accettare la sfida di un business che cambia. Il percorso offre l'opportunità di partecipare a tre sfidanti *job rotations* in diverse aree aziendali. All'interno del programma sono previsti numerosi momenti di formazione e sviluppo, anche a livello internazionale e la partecipazione a progetti di Corporate Responsibility.

OneDayWith AXA Italia, evento online e piattaforma web creati per lanciare e valorizzare il Global Graduate Program, posiziona AXA come digital employer: oltre 3.000 unique visitors, più di 950 candidature ricevute e oltre 350 partecipanti all'evento online di presentazione del programma.

Great Global Adventure è un gioco online del Gruppo AXA indirizzato a studenti universitari e neolaureati e che permette di esplorare il mondo attraverso una serie di sfide. All'edizione 2016 hanno partecipato circa 27.000 studenti da tutto il mondo.

Il premio per il vincitore:

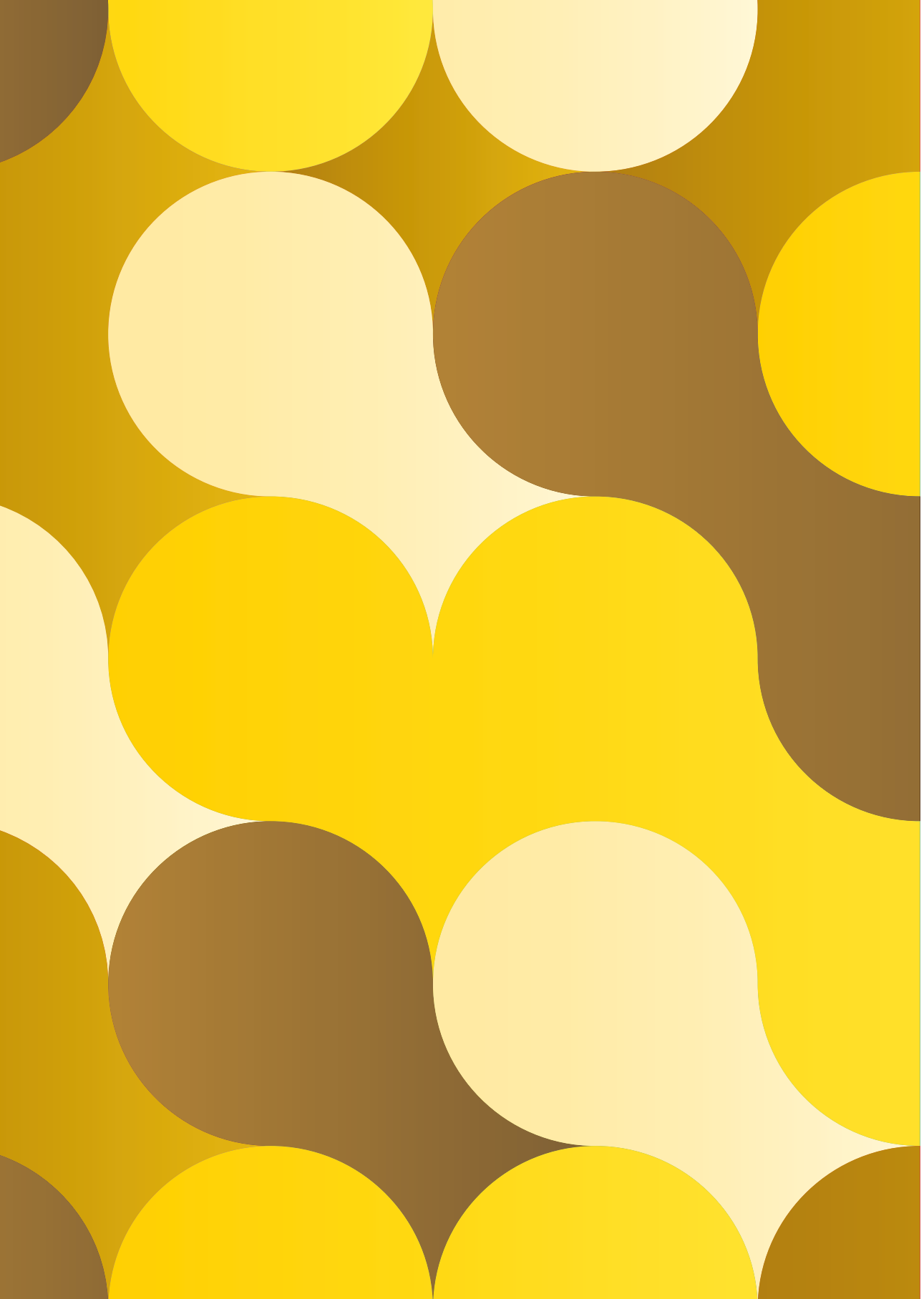
- Fino a 8 mesi di viaggio intorno al mondo;
- Due stage remunerati per un massimo di 6 settimane in due uffici AXA nel mondo;
- Un'esperienza con uno dei partner di Corporate Responsibility di AXA;
- Le spese di viaggio e mantenimento.

La vincitrice del 2016 è stata Chelsie Kuman, una studentessa australiana di 21 anni. Will Moore, vincitore della precedente edizione, al termine del suo percorso ha iniziato una nuova avventura in AXA, entrando a far parte del Global Graduate Program di Hong Kong, all'interno del team Digital.

L'Italia si è distinta in questa edizione per il numero di partecipanti: seconda solo al Brasile.

The AXAdemy è il programma stage del Gruppo AXA Italia che permette a giovani laureandi e neolaureati di vivere un'innovativa esperienza professionale grazie ad un percorso altamente formativo sia sul campo che in aula. The AXAdemy ha l'ambizione di inserire giovani di talento con l'obiettivo di permettere ai ragazzi di arricchire le proprie competenze in maniera concreta. Nel corso del programma viene data l'opportunità di integrare attività legate alla realizzazione dei progetti strategici e di trasformazione con la frequenza a corsi d'aula e laboratori, per sperimentare ed esprimere al meglio il proprio talento.

Le due edizioni del programma The AXAdemy nel 2016 hanno portato all'inserimento di circa 20 giovani talenti.



Transform

UNA COMPAGNIA INNOVATIVA

Vicino alla sharing economy e ai nuovi player digitali

Il Gruppo AXA, sempre più impegnato sul fronte della *sharing economy*, ha siglato una **partnership con BlaBlaCar**, la più grande community nel mondo per i viaggi in auto condivisi. AXA offre agli utenti della piattaforma una copertura assicurativa aggiuntiva rispetto alla RCA obbligatoria specifica per le esigenze dei viaggiatori in ride sharing e senza alcun costo. La copertura garantita da AXA per la community di BlaBlaCar include il soccorso stradale e le spese di pernottamento per il conducente e i passeggeri o, in alternativa, il rientro al proprio domicilio in Italia o la prosecuzione del viaggio con soluzioni alternative nel caso il veicolo resti immobilizzato e il punto di assistenza sia chiuso o la manodopera non eseguibile entro le 3 ore. La copertura si estende alla spedizione degli oggetti personali dimenticati a bordo del veicolo del conducente e prevede la tutela legale del conducente in caso di sinistro stradale.

Il Gruppo AXA Italia, inoltre, ha stretto una **partnership con ilmiosupereroe.it**, piattaforma online per la prenotazione di servizi per la persona, la casa e il tempo libero, disponibile a Milano, Monza-Brianza, Varese e Torino. AXA, per ogni cliente del portale, offre una copertura assicurativa in caso di danni fino ad un massimale di 25.000 Euro.

L'assicurazione è garantita ad ogni prenotazione senza alcun costo aggiuntivo.

Un'altra importante **partnership** è stata invece stretta tra il Gruppo AXA, **Alibaba** e **Ant Financial Services**, che hanno raggiunto un accordo con l'obiettivo di valutare congiuntamente le opportunità per la distribuzione dei prodotti e dei servizi assicurativi attraverso l'ecosistema di e-commerce della società cinese. Le società lavoreranno insieme per innovare e sviluppare prodotti e servizi per i consumatori di tutto il mondo e per sviluppare nuovi segmenti di mercato.

Su AliExpress, *marketplace retail* globale, AXA svilupperà e fornirà prodotti per i clienti della piattaforma, come garanzie per guasti e beni danneggiati, estendendo la protezione dei pagamenti online. Sui *marketplace* Alibaba dedicati alla vendita all'ingrosso, AXA fornirà prodotti assicurativi per le piccole e medie imprese di tutto il mondo che commercializzano su tali piattaforme. Attraverso Ant Financial Services (consociata di Alibaba che fornisce servizi finanziari), AXA offrirà prodotti di assicurazione viaggio per i clienti cinesi.

L'IMPEGNO DI AXA PER L'INNOVAZIONE SOCIALE

Dopo il successo delle prime due edizioni di "Nati per proteggere", con cui ha dato visibilità a quasi seicento storie di protezione provenienti da tutta Italia, il Gruppo AXA Italia ha lanciato #NatiPer, nuovo concorso dedicato a progetti d'innovazione sociale e ad idee capaci di guardare lontano.

#NatiPer si è rivolto a singoli cittadini, startup, imprese, associazioni e fondazioni, per raccogliere e premiare i progetti e le idee che avessero una visione del futuro e fossero capaci di proteggere meglio la società.

Vincitore del premio di 50 mila Euro attraverso Impact Hub Milano (partner di #NatiPer), il progetto MIVOQ (Mimic Voice Quest) dell'omonima startup di Padova si pone l'obiettivo di aiutare le persone affette da particolari condizioni patologiche (come la SLA) a non perdere il proprio timbro vocale attraverso lo sviluppo di un sistema di sintesi vocale, e mantenere così la propria identità.

Grazie al premio, il team di MIVOQ avrà la possibilità di partecipare ad un programma di incubazione della durata di 6 mesi presso Impact Hub Milano, per consolidare il business plan e renderlo attrattivo nei confronti degli investitori con i quali avranno la possibilità di iniziare a relazionarsi grazie ad un *Investor Tour* europeo, momento conclusivo del percorso. L'incubazione comprende lezioni formative, eventi di networking, mentorship e check con il team di incubazione per verificare il raggiungimento degli obiettivi fissati.

Il Gruppo AXA Italia e Banca Monte dei Paschi di Siena, insieme a Impact Hub, hanno lanciato South for Tomorrow, la prima call per progetti di innovazione del Sud Italia pensato per intercettare i miglior talenti del Sud e sfidarli a pensare al futuro di quelle persone che hanno l'età dei loro genitori, creando servizi digitali che possano migliorare la loro vita durante la pensione. Un investimento forte e concreto verso la giovane imprenditorialità del Sud Italia, con l'obiettivo di catturare l'innovazione che è all'esterno e portarla all'interno della Compagnia e della Banca.

Il concorso è stato vinto da Pharmap, una startup palermitana che ha creato una piattaforma digitale in grado di consegnare i farmaci a domicilio, rendendo più semplice la vita degli over 50. La startup si è aggiudicata il premio finale di 10.000 Euro, oltre ad un percorso di incubazione di 4 mesi con i mentor di Impact Hub e alla possibilità di vedere il progetto integrato nell'offerta del Gruppo AXA Italia.

+1.000
Progetti candidati in 3 anni

150.000 €
Di premi complessivi

+210.000
Voti arrivati dagli utenti

Migliaia
Di condivisioni sui social network

IL FONDO DI INVESTIMENTI DEL GRUPPO AXA INVESTE IN ITALIA

AXA Strategic Ventures, fondo di investimento di AXA, e Invitalia Ventures SGR, che gestisce il fondo di co-investimento Italia Venture a sostegno della Venture Industry, ha deciso di investire 750 mila Euro in Floome, la startup veneta che ha realizzato un dispositivo da collegare allo smartphone grazie al quale i guidatori possono verificare il proprio tasso alcolemico in pochi secondi e in modo intuitivo.

L'applicazione si scarica gratuitamente e permette di visualizzare sul proprio smartphone il tasso alcolico misurato con il dispositivo e di ottenere molte altre informazioni utili, come il tempo necessario al proprio fisico per smaltire l'eccesso di alcol, il limite legale di ebbrezza e le eventuali sanzioni. L'app permette anche di chiamare un taxi o un amico per farsi dare un passaggio a casa, così come trovare un locale dove poter mangiare qualcosa, scoraggiando così le persone a guidare sotto l'effetto dell'alcool.

Per AXA Strategic Ventures si tratta del primo investimento in una startup italiana.

750.000 €
Investiti

UN ESEMPIO DI STARTUP INTERNA AL GRUPPO AXA ITALIA

Il Gruppo AXA Italia ha dato vita alla "Newsroom di AXA Italia", una vera e propria startup interna costituita dalle direzioni comunicazione, marketing e digital, con il coinvolgimento a rotazione di altri team come le risorse umane, i sinistri e l'offerta. Il gruppo di lavoro, coadiuvato da giornalisti professionisti, ha creato un luogo aperto alla discussione costruttiva e creativa, senza barriere.

Dalla Newsroom del Gruppo AXA Italia sono nate le idee che hanno portato alla creazione di #NatiPer e Un Post Protetto. #NatiPer è un blog dedicato ai temi della protezione, della sostenibilità e dell'innovazione, con uno sguardo al presente e al futuro. È costruito come un magazine digitale con approfondimenti e inchieste, analisi e interviste sui temi sociali, economici e culturali che stanno trasformando la società.

Un Post Protetto, invece, nasce per trattare in maniera concreta, chiara e informale, i grandi temi legati al mondo della protezione a 360 gradi, dalle 4 ruote alla prevenzione dei furti in casa, al risparmio. Sul nuovo blog è possibile trovare informazioni su tutti quegli aspetti che riguardano la quotidianità, oltre a informazioni pratiche e guide utili sul mondo assicurativo.

I due blog si uniscono a Previsionari, nato nel 2012 per far conoscere ai giovani la previdenza in modo semplice e divertente.

INNOVATION HUB - LA *START-UP* DEL GRUPPO AXA ITALIA PER CO-CREARE I SERVIZI DI DOMANI

L'innovazione per il Gruppo AXA Italia parte dalle persone.

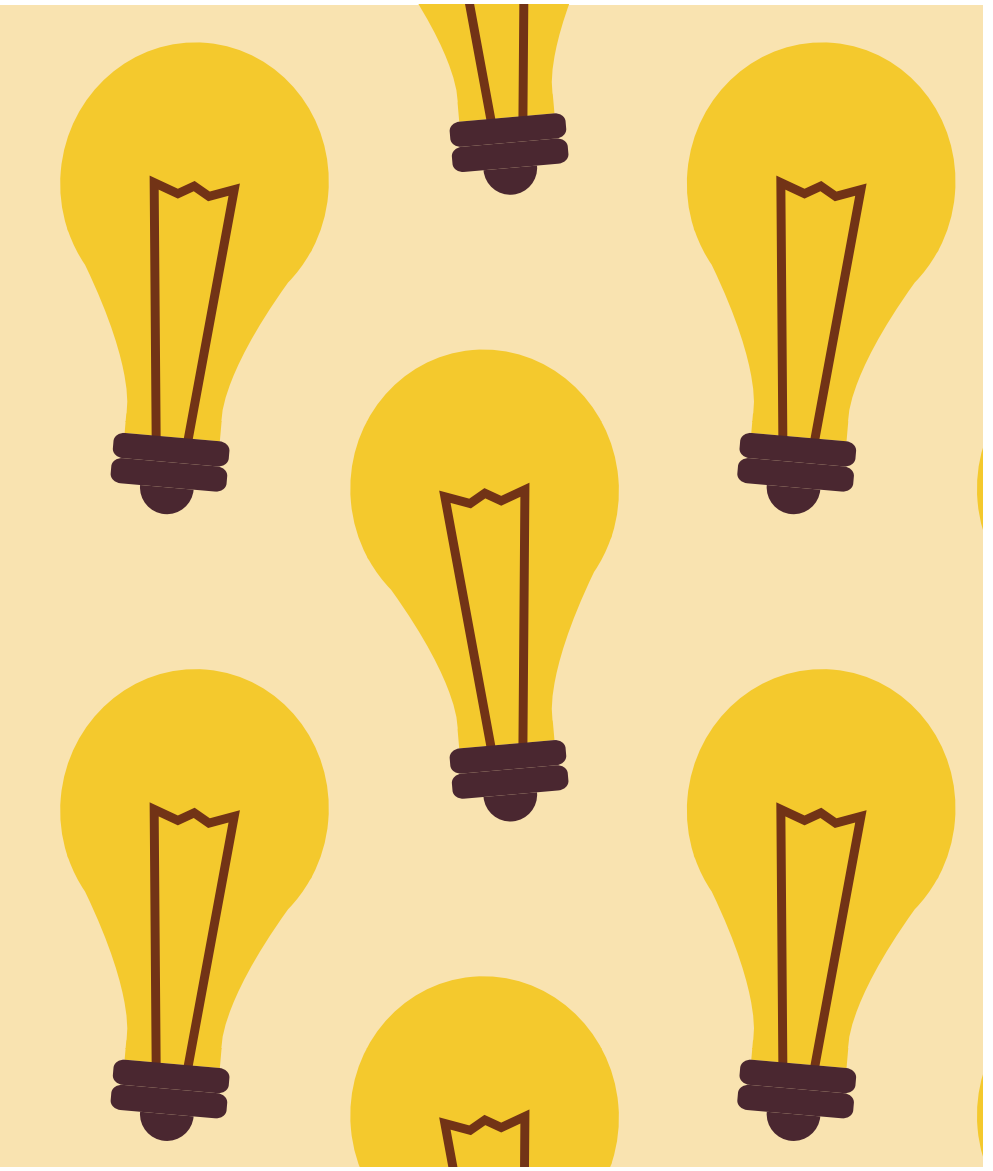
L'Innovation Hub è una vera e propria startup composta sia da 20 collaboratori del Gruppo AXA Italia di diverse expertise, selezionate da una call for ideas interna, sia da giovani imprenditori, startupper e protagonisti del mondo dell'innovazione.

L'obiettivo è di dare alle persone la possibilità di sperimentare un nuovo modo di lavorare insieme, in una logica di co-creazione, grazie a una settimana a Impact Hub Milano, il più importante incubatore di innovazione sociale in Italia e membro di un network internazionale presente in 5 continenti e con oltre 15mila membri. L'obiettivo della settimana è di generare idee e trasformarle in business model di servizi innovativi su temi rilevanti per il mondo assicurativo, a partire da *health & well-being*.

ASSICURAZIONE ON-DEMAND PER LA GENERAZIONE 100% CONNECTED

Nel Regno Unito AXA sta lanciando, assieme ad alcuni partner, un'app per assicurare vari oggetti tecnologici come smartphone e fotocamere per brevi periodi di tempo e solo quando necessario. In pochi secondi, l'utente può registrare l'oggetto da assicurare e ottenere un preventivo personalizzato; inoltre, è possibile attivare e disattivare l'assicurazione in ogni momento. Sempre disponibile e senza impegni specifici, questo innovativo modo di assicurare oggetti è particolarmente indicato per lo stile di vita e le aspettative dei nativi digitali.

AXA ha sviluppato questa app innovativa assieme a Trōv, una startup della Silicon Valley, che ha sviluppato la parte tecnologica dell'idea. Sull'onda di questa spinta innovativa, AXA è decisa a puntare fortemente sull'*on demand insurance* anche in Italia nel 2017, sicura in questo modo di andare incontro alle nuove esigenze di un mondo che cambia ad una velocità mai vista in passato.



Ringraziamenti

Desideriamo ringraziare tutti coloro cha hanno contribuito a vario titolo alla realizzazione del Profilo di Corporate Responsibility 2016. Per AXA Italia si tratta di un documento ormai consolidato e fondamentale per comunicare gli impegni, gli obiettivi e le iniziative realizzate.

Un particolare ringraziamento va sia alle persone di AXA che contribuiscono con il loro lavoro quotidiano a costruire una Compagnia responsabile, sia a tutti i partner e compagni di percorso, che fanno parte del nostro ecosistema sociale.

Grazie alle associazioni e agli imprenditori sociali che hanno dedicato il loro tempo e le loro competenze a condividere le informazioni necessarie alla valutazione degli impatti sociali.

Per ulteriori approfondimenti in merito alle iniziative di Corporate Responsibility del Gruppo AXA Italia è possibile contattare:

Isabella Falautano
Direttore Communication, Corporate Responsibility & Public Affairs AXA Italia

Elena Shneiwer
Head of Corporate Responsibility & Thought Leadership

Via Aldo Fabrizi, 9 - 00128 Roma (Italy)
Email: **elena.shneiwer@axa.it**

Alessandro Vanoni
Communication & Contents Project Manager

Corso Como, 17 - 20154 Milano (Italy)
Email: **alessandro.vanoni@axa.it**

GRUPPO AXA ITALIA

corporate.axa.it

#NatiPer

AXA Italia

@AXAItalia

it.linkedin.com/company/axa-italia

GRUPPO AXA

axa.com

@AXA

www.linkedin.com/company/axa